图书出版中的大数据应用探究

刘永静
（郑州大学出版社，河南 郑州 450000）

摘　要：随着社会经济的高速发展和科学技术水平的不断提高，大数据在图书出版行业的应用也日益广泛，图书出版单位包括各类企业都特别注重利用大数据开展图书出版活动。文章根据大数据时代的图书出版发展现状，进行应用分析和讨论，希望其应用方式可以对国内的图书出版行业有一些启示。

关键词：图书出版；大数据应用；图书选题；营销推广；数据服务　　**中图分类号：**G632　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）05-111-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.05.034
本文著录格式：刘永静 . 图书出版中的大数据应用探究 [J]. 中国传媒科技，2022（05）：111-113.

我国互联网技术的日益发展，也为大数据的图书出版带来了很多发展优势，通过进行大数据分析 [1]，使各类图书数字信息得以挖掘，这也是我国未来图书出版行业的发展目标之一。而对于图书出版行业来说，这不仅仅是机遇还是挑战，因此，本文就根据大数据辅助条件下图书出版行业发展情况，给出了相关图书出版行业的应用措施，以更好推动图书出版行业的持续发展。

1. 图书出版行业发展趋势

在信息技术飞速发展的现在，大数据已经渗透到了图书出版的很多领域，如亚马逊、当当网、京东商城等，它们是图书营销发行大数据的应用；微信读书、阅读、Anyview 阅读等是图书数字出版方面的应用。[2] 科学技术的日益革新，为我国图书出版行业提供了相对应的技术支持，如今，大数据技术在很多图书出版行业的应用极其广泛，因此，也带动着传统出版方式的变革。如今，以网络为载体的图书出版行业，更加注重管理模式的革新，已经呈现出了新的发展方向。图书出版的形态以及过程与之前相比都发生了极大的变化，大数据图书发展的多样化发展形势已经逐渐深入到很多图书出版行业，很大程度上使得人们的文化生活得到了丰富，并且推动了我国图书出版行业向前发展。

2. 大数据对图书出版的作用

2.1　出版形态方面

图书出版行业中，一般都是以纸张作为载体传播知识，随着大数据技术的日益发展，传统的出版形态已经悄悄发生了根本性的转变，数字化的出版形式几乎已经常态化，现在大数据应用充斥着图书出版的各个领域，在很大程度上实现了由纸质图书向电子图书的改变，在此过程中，也为我国图书出版行业创造出了更大的图书发展空间。

以往传统的图书出版形态下，人们只能以纸质的方式获得相关的有效信息，如今，人们已经可以通过磁盘、光盘、手机、网络等相关电子设备了解信息，而且不受任何时间和空间的限制，各类信息不仅可以通过文字的方式进行传递，还可以通过视频网络的方式来获取，不仅可以实现可视化，还可以更大程度上地满足人们的精神和文化需求。

将阅读作为一种社会体验来增加线上阅读的“热度”，刚开始新的阅读模式（线上阅读）不能方便的让读者增加读书注释，注释是传统读书的习惯，而且通过注释读者可以加深对图书内容的认知以及自己的见解。但是，现在图书在线上通过文字、表情、图画等注释生动地反映当时读书的心境，而且现在新的阅读体验可以在电子书、电子阅读器、平板电脑、手机、电视等设备进行阅读，还支持移动阅读和设备之间的直接转换。通过改进大数据和搜索功能，实现并加强图书的可发现性。出版商可以通过改进和扩展图书大数据来影响这些结果，这样它们的图书就可以在网上所有地方被找到，因此对图书进行搜索引擎优化可以说是当今出版者最重要的技能。[3]

2.2　出版过程方面

2.2.1　选题环节

在图书出版之前，要进行相对应的图书选题和图书策划，如果还采用以往传统纸质化的出版方式，就需要花费更多的资金投入和劳动力投入，但是在大数据时代，要实现信息的数据采集和处理就非常容易。在进行选题策划时，不仅能够利用大数据获取更多有效信息，还可以使这些信息的准确性得到保证。在进行信息处理选择时，可以给图书出版单位带来极大的便利，而且在大数据时代的影响下，可以让市场对图书的需求者有更加准确的评估。

2.2.2　编辑环节

图书的编校质量和编校方式是图书出版编辑过程中非常重要的构成部分。编辑环节包括消灭差错、润饰提高、规范统一等，利用大数据可以对体例格式进行检查，如章节编号、图序、表序等，节省编辑时间。还可以对稿件内容进行检查，如重字、错字、敏感字等，在进行图书编辑的过程中，利用大数据可以使它的功效真正发挥出来。通过利用计算机可以将图书稿件进行文字电子

档案管理，并且通过网络传输进行图书稿件的处理，在网上对其稿件进行审核，图文处理过程更加方便。通过利用大数据对稿件进行复制和摘抄也变得更加容易，在电子档案中存入各类数据信息，可以对其进行查找并且及时搜索原稿件，可以防止图书的抄袭和复制现象。通过进行数据库管理，可以使图书管理中的图书文献得到电子化的保存，并且可以随时过滤掉虚假文献。

2.2.3 生产环节

图书的生产量在不同的情况下（畅销、滞销）会对整个图书出版的盈利造成极大的影响，对畅销图书，如果市场预测不足，生产量达不到，会影响销售利润；对于滞销图书，如果预测不够，会造成图书大量过剩或库存较多，还会阻碍图书出版行业的发展，抑制出版方的利润，降低企业的营销收益。所以，通过大数据进行现代化的图书管理处理，能够尽可能地避免图书生产脱销或者滞销现象，并且，通过对其进行有效分析和销售数据的管理，可以及时对图书市场的销售环境进行相对应的判断，为出版商提供更加合理的出版机会，尽可能减少出版行业的生产资源浪费，还可以进一步增加企业的收益。

2.2.4 营销环节

营销是图书出版最重要的部分，它是实现图书社会效益与经济效益的统一基础。通过利用大数据进行图书现代化处理，能够进一步节约企业的资源，并且为企业创造出更多的收益。比如说相关的图书在进行读书产品市场分析时，根据图书市场受欢迎的情况开展相对应的图书管理分析，并且根据不同年龄阶段对图书的喜爱程度进行比例判定，可以进一步提高企业的经济收益。如通过大数据发现，有些图书放在一起容易有捆绑销售的嫌疑，要对它们进行分类；然后进行不同的营销推广和广告投放。但是就目前来看，不同消费水平和不同生活习惯的人们对图书的消费水平也存在很大的差异，不同学历、不同年龄阶段的人对于图书需求量以及需求的类别也是不一样的。图书出版单位需要根据不同地域市场情况进行相对应的图书管理分析，尽可能地节约图书生产成本，同时产生好的销售业绩。

3. 大数据技术在图书出版方面的应用

3.1 选题策划方面的应用

在进行图书出版选题策划的过程中，图书编辑工作者要根据编辑工作的内容开展相对应的图书策划和选题，并通过利用大数据技术可以开展对数据的分类和整理，数据信息包含国家的相关出版政策以及图书专业领域的有关内容。大数据技术是编辑工作者进行编辑过程中重要的编辑工具，可以提供更加可靠有效的数据条件，还可以使编辑者在进行编辑的过程中更加有针对性，并且使整个编辑策划要求达到规定的标准。通过利用数据进行技术挖掘，并且对整个信息进行全面的采集和整理，利用网络技术开展选题分析，再通过选择对其数据进行筛选。

3.2 图书生产方面的应用

3.2.1 编辑加工

通过进行图书出版分类和编辑加工，可以有效提高图书生产的利润，并且使整个图书管理编辑工作更加规范统一，开展对文字的核对以及资料的查询、标题确认等工作。

进行图书管理工作检查并对图书稿件的大纲结构进行相关的信息排序并且使其标点符号到位，在进行检查时，可以进一步提升稿件处理的效率，并且节约大量的编辑时间。

在进行图书内容考核的过程中，选择相应的图文并进行查询；在进行错别字的搜索和筛选中，将不规范繁体字错误字体通过检验的方式查询出来，以此来提高整个稿件的质量。比如在对全文进行筛查的过程中，如果发现几处重复的段落，通过筛查就可以及时将这些重复段落进行筛选，并且通过标红的方式提醒编辑工作者。编辑工作者也会通过对一些错误词和语句的查询，帮助编辑者避免政治上出现差错，最大程度上解决图书生产方面的误差。

3.2.2 生产数量的确定

如果图书库所存的书籍数量较多，就会给编辑者带来较大的困扰，以往传统的图书生产数量都由图书出版编辑者进行估算，采用以往的编辑经验，但是这种情况下，通常会使得投入生产数量难以把控，在一定程度上会使得图书数量增高或降低，所以可能会导致生产成本的提高。但通过大数据技术进行估算利用，可以有效地分析图书销售的数量并整理出相应的数据，筛选出最受欢迎的图书，更好地确认图书生产的数量，并适当的加大生产量。

3.2.3 定价的确定

图书定价是消费者选择读书的主要因素，价格、成本、利润、生产数量以及市场的大方向需求都会对图书的定价产生影响，因此，生产者进行图书定价需要根据整个市场图书定价方向进行，以更好地达成销售的最终目标并实现最大的利润。

3.3 营销推广方面的应用

传统的图书营销模式在现阶段很难吸引读者的注意力，而且整个图书营销方式没有针对性，长期下来，图书的经营效率就很难得以提高。通过大数据，可以有效提高图书的营销技术，并且使得营销手段得以创新，使图书营销模式更加准确化、网络化，有效达成低成本、高效益的成果。比如儿童书籍《格林童话》《安徒生童话》等，如果在进行营销的过程中取得了很好的销售业绩，图书出版商就可以针对此开展新型的营销模式，并且进一步开展营销推广。[4]

3.4 图书发行平台建设中的应用

从目前我国图书发行平台建设来看，图书发行平台较为缺乏，这难免会使得图书销售数据不明确，如果想获得更多有效的图书销售数据信息，就需要依靠图书发行者所罗列出的销售数据。这个过程将会花费大量的人力、物力、财力，而且还会使整个图书销售数据的整理

效率下降。采用大数据技术建立相对应的图书发行网络平台，可以有效改变图书销售信息，并且可以使图书出版社全面了解图书销售信息内容，开展精准的图书书籍预测和市场经营形式以及读者需求的预测。

要想进一步推动图书出版的高速发展，就需要利用大数据技术实现图书出版，然后进行精准化、精细化的确认。通过进行图书用户体验评估和效果展示，确认整个图书出版方向，并使整个图书研发工作更加优化。利用大数据技术开展数字教育，可以更好地为老师以及学生提供优质化的数字教育服务体系。

4. 大数据技术在图书出版中遇到的问题

图书出版在大数据技术使用方面并没有突出的表现，因此目前并不清楚大数据技术会对图书出版的业务有哪些方面的影响，在大数据技术普及前，对图书的销售，出版商可能仅仅从书籍是否被购买单一的反馈信息进行判断。但是随着大数据技术的普及，出版商可以从实体书店接收到图书的销售数据。在此期间图书在线渠道的阅读量大幅度增加，通过在线书籍，出版商可以更多地了解人们正在阅读的内容，更容易掌握大众感兴趣的阅读内容。

从目前大数据在图书出版中的应用来看，出现了一些问题。[5] 现在全国还没有形成统一的大数据图书出版中心，也就是说，图书出版社之间的数据信息无法实现有效共享，出现了数据壁垒。针对这一现象，图书出版者可以采用小数据的处理方式进行数据的整理和处理分析。

在开展数据服务平台和数据分析的过程中，各类服务产品标准还没有建立，这很大程度上会制约大数据技术在图书出版领域的应用。[6] 要想更进一步实现技术革新和应用，就必须不断培养大数据方面的专业人才。但是目前在图书出版行业的专业人才相对缺乏。

5. 大数据时代图书出版的改进措施

5.1 科学开展图书策划

如今，大数据技术对图书出版商的发展有着极其重要的影响，但是依旧不能忽视在大数据时代发展过程中所存在的一些问题。目前，在进行大数据利用的过程中技术还较为青涩，而且很多网络之间也没有建立完整的大数据管理体系和模式。

通过利用大数据技术，可以掌握更多有效的数据信息，所以，如何用大数据进行图书出版策划是需要探讨的问题。[7] 如果图书出版行业没有建立完善的大数据管理模式和体系，就很可能使大数据出版行业出现更多数据管理方面的问题，所以在进行图书整理和数据收集时，要严格按照国家规定的图书出版标准，更好地推动我国图书出版大数据方向的长效发展。

5.2 营销手段改进

在众多图书出版领域和行业可以展开图书营销服务体系的升级，通过运用互联网思维进行模式革新，将产品服务体系得以进一步健全和完善，并利用互联网等各类新媒体技术促进产品的推广。[8] 如今，我国市场上一些相关图书数据是图书出版企业很难掌握的，这些数据都会掌握在企业之外的平台运营商的手中，因此，图书出版需要充分利用社会资源，促进图书出版商的数据化发展。如果图书出版商想建立更加完善的数据分析体系，就需要获得更多的社会资源，投入更多的成本，开展图书销售数据的运算和分析整理，使得图书能够在各类不同的平台上进行促销活动，这样才可以促进图书销售量的提升。

结语

在信息技术飞速发展的今天，通过利用大数据技术，可以使得图书出版行业有进一步的发展。[9] 图书编辑行业要不断地进行技术革新和管理模式的突破，充分利用大数据技术开展图书出版的应用和推广，获得更多有效的社会资源，从而真正促进我国图书企业的发展。媒

参考文献

[1] 范春龙 . 浅析大数据在图书出版中的应用 [J]. 中国传媒科技，2018（8）：115−116.

[2] 蒋芳 . 大数据技术在出版产业中的应用 [J]. 电脑知识与技术，2019（27）：3−5.

[3] 程新晓 . 大数据在出版行业的应用初探 [J]. 出版广角，2019（23）：37−39.

[4] 许静 . 大数据出版在童书选题策划中的应用 [J]. 中国传媒科技，2021（7）：111−113.

[5] 罗子超 . 大数据在图书出版中的应用 [J]. 新闻传播，2018（6）：50−51.

[6] 孙晓敏 . 浅谈大数据在图书出版中的应用 [J]. 中国编辑，2017（5）：54−58.

[7] 李琳 . 大数据视域下国内图书出版研究综述 [J]. 中国出版，2016（16）：61−63.

[8] 张特 . 大数据背景下图书营销模式研究 [J]. 新闻研究导刊，2016，7（12）：284.

[9] DANET P . The Future of Book Publishing： Seven Technology Trends and Three Industry Goals[J]. Publishing Research Quarterly，2014，30（3）：275−281.

作者简介： 刘永静（1980−），女，河南郑州，硕士研究生，中级职称，研究方向：高教工科类图书编辑。

（责任编辑：张晓婧）